

★ Ecrivain et économiste du cinéma passé par France Télévisions, Canal+ ou la Femis, René Bonnell revient sur les suites accordées à son rapport sur le financement du cinéma paru fin 2013.

En 2014, vous émettiez dans un rapport un certain nombre d'avis relatifs au financement de la production et de la distribution du cinéma. Quelles en ont été les suites ?

Il faut reconnaître que ce rapport a été largement commenté, critiqué également, mais qu'il a surtout été suivi d'effets : un certain nombre de recommandations que j'y formulais ont été reprises et mises en œuvre par le ministère de la Culture et de la Communication ainsi que par le CNC afin de promouvoir un certain nombre de réformes, qu'il s'agisse de la politique menée pour contenir le coût de la production, de l'augmentation de l'aide automatique relative aux films dits du milieu, du soutien à la branche distribution ou du renforcement des fonds propres des petites entreprises. De même, j'ai remis ensuite un autre rapport concernant l'encouragement aux exportations tant des films que des produits audiovisuels. Les instances compétentes ont bien voulu le suivre sur des nombreux points.

Paradoxalement, le point sur lequel vous n'avez pas été suivi est aussi le plus crucial : la chronologie des médias... Comment l'interprétez-vous ?

Pour moi, le principe de base reste de protéger la salle de cinéma, car c'est elle seule qui offre une véritable légitimité à la notion de film et, par conséquent, ensuite, à celle de sortie vidéo. Je ne suis d'ailleurs pas un défenseur de la sortie rapide en vidéo, y compris pour les films qui ne font pas d'entrées suffisantes en salle, car on constate que les films qui ne fonctionnent pas bien en salle ne donnent pas de très bons résultats en vidéo – ce n'est donc pas le fait de remonter leur sortie vidéo d'un mois ou deux qui va changer leur destin.

Concernant la chronologie, j'avais surtout proposé deux mesures assez structurantes : laisser, d'une part, plus de souplesse de diffusion aux films qui n'ont pas fait l'objet de préachats. Il n'y a aucune raison de protéger des supports qui n'ont pas concouru au préfinancement des films. Il faut laisser le producteur négocier avec les diffuseurs concernés la durée de leur fenêtre en aval de la salle afin d'optimiser leurs ventes. D'autre part, remonter les fenêtres n'entamera pas la fréquentation. Celles de la vidéo et de Canal+ ont été raccourcies et la fréquentation ne s'est jamais mieux portée en dépit d'une offre pléthorique. Elle est bien supérieure à ce qu'elle était durant la période de développement de Canal+. Le problème clé est désormais de pallier progressivement le tarissement des sources de financement de la production, soit Canal+ et les chaînes



René Bonnell

“La SVoD doit se sentir plus impliquée dans la production.”

généralistes et de trouver des relais dans la vidéo. Pour cela, il faut faire évoluer leurs fenêtres.

La crainte d'un certain nombre de professionnels est que ce type de mesure affecte la fréquentation des salles...

Je le comprends mais je ne le crois pas... Ce qu'il faut garder à l'esprit est que la demande de cinéma est une demande spontanée, sensible au prix et

au bouche-à-oreille. Il s'agit d'un besoin qui nécessite d'être satisfait rapidement – personne ne dit “Je ne vais pas au cinéma car je verrai le film en SVoD”. Le confort qu'offre la salle est plus important aux yeux du spectateur que la possibilité de visionner plus tard le film.

D'ailleurs, la création et le développement de Canal+ a eu beau avoir une réelle influence sur la baisse de fréquentation en salle, on ne peut que constater que l'effort de ces dernières en termes

L'actrice au cœur de l'histoire du cinéma



★ Dans *La Star et son complexe* (éd. Léo Scheer), René Bonnell donne vie à des dizaines de conversations qu'il a eues avec

des actrices quant à leur rapport à la notoriété, développant une véritable théorie sociologique du rôle de l'actrice, de la star hollywoodienne : “On a fabriqué des mythes car c'était la seule manière de fidéliser la demande de cinéma, explique l'auteur. J'ai souhaité revenir sur ce phénomène, sur la manière dont on a fabriqué une véritable mythologie autour d'elles.” En un peu plus de 200 pages, l'auteur démonte – ou éclaire – le mécanisme qui conduit la comédienne à flirter sans cesse avec cette référence absolue qu'est la « star de cinéma », tout en se défendant pourtant, bien souvent, de vouloir en devenir une...

de politique de prix, d'équipement ou de marketing a depuis largement enrayé cette baisse et même conquis bien des nouveaux spectateurs.

Que préconisez-vous alors ?

Il convient de mener avant tout une analyse sur le comportement du spectateur, les critères de ses arbitrages entre les différents supports, les limites mises par lui à sa politique d'abonnement avant de questionner les délais de diffusion. Selon moi, les pratiques se cumulent ; il n'y a pas de concurrence entre les supports mais entre les films. Il faut ensuite laisser les professionnels négocier la réduction indispensable des délais en aval de la salle, tout en gardant à l'esprit qu'il faut faire jouer un rôle plus important à la vidéo à l'acte et par abonnement pour l'impliquer davantage dans le financement de la production. Par ailleurs, la notion d'exclusivité des fenêtres de diffusion en télévision devrait être abandonnée car le développement technologique va la rendre de plus en plus difficile.

Vous formuleriez donc aujourd'hui les mêmes recommandations que dans votre rapport ?

Oui, mais la situation s'est. Dans ce contexte, je salue la position pragmatique et apaisante prise sur le sujet par Richard Patry, président de la FNCF, dans votre magazine.

Propos recueillis par Thomas Blondeau